

COMMUNIQUÉ DE PRESSE Juin 2008

Bien protéger les enfants du soleil : une nouvelle campagne pour renforcer la vigilance des parents

L'Institut National du Cancer poursuit sa mobilisation pour la prévention du mélanome et lance en juin une nouvelle campagne de sensibilisation, centrée sur la protection solaire des enfants. En effet, les enfants sont les plus fragiles face au soleil et les parents restent encore nombreux à ne pas adopter toutes les précautions essentielles. La campagne vise donc à rappeler que la crème solaire ne suffit pas et que **tee-shirt, chapeau et lunettes sont les meilleures armes pour bien protéger les enfants du soleil.**

L'exposition pendant l'enfance : un facteur de risque majeur

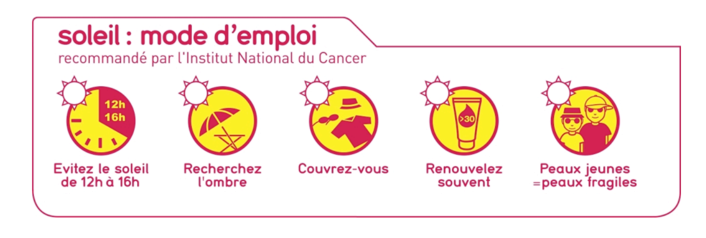
L'exposition au soleil pendant l'enfance, en particulier l'exposition intense qui provoque les coups de soleil, est la **principale cause de mélanome à l'âge adulte.** En effet, jusqu'à l'âge de la puberté, la peau des enfants et des adolescents est plus fine et son système pigmentaire encore immature, ce qui la rend particulièrement vulnérable aux effets cancérogènes des rayonnements UV. Le soleil peut également provoquer de graves dommages oculaires à court et long terme (atteintes de la rétine, cataractes).

Les études[1] montrent que les parents sont aujourd'hui bien conscients des risques, mais ils restent **nombreux à ne pas adopter toutes les précautions essentielles.** Si l'application de crème solaire et le chapeau sont des pratiques largement acquises, seulement 1 parent sur 2 protège ses enfants avec un vêtement, 34% évitent de les exposer aux heures les plus chaudes et à peine plus d'1/4 leur font porter des lunettes de soleil. Il est donc essentiel de renforcer la promotion de ces précautions trop souvent oubliées.

Un peu de crème solaire ne suffit pas… Tee-shirt, chapeau, lunettes

En été, c'est dans toutes leurs activités de plein air (jeux dans le jardin, sport, pique-nique, balade…), et pas seulement à la plage, que les enfants sont exposés aux risques solaires. Il est donc essentiel de toujours bien les protéger et de privilégier les endroits ombragés lorsqu'ils passent du temps à l'extérieur. Encore plus fragiles, les bébés de moins d'un an ne doivent quant à eux jamais être exposés.

Au soleil, seule la combinaison d'un ensemble de précautions garantit une protection efficace. Ces précautions sont symbolisées dans le « mode d'emploi du soleil » conçu et diffusé par l'Institut National du Cancer depuis 2006.



[1] Etude Institut National du Cancer/BVA sur les connaissances et les pratiques du grand public et des parents d'enfants de moins de 15 ans en matière de prévention des risques liés à l'exposition solaire, septembre 2007.

Parmi ces recommandations, deux précautions essentielles doivent être particulièrement rappelées aux parents :

- **éviter d'exposer les enfants entre 12 et 16 heures**, moment de la journée où l'irradiation solaire est la plus forte en été ;
- **couvrir les enfants avec vêtements + chapeau + lunettes de soleil** : la crème solaire ne suffit pas, c'est la protection vestimentaire qui fait le mieux barrière aux rayons UV.

Le dispositif de communication de l'été 2008

Au cœur de la campagne, la proximité et les rencontres avec le public sont privilégiées pour mettre les conseils « entre les mains » du public et maximiser la présence à l'esprit du « mode d'emploi du soleil » au plus près des moments d'exposition solaire.

▪ Un événement original pour aller à la rencontre du jeune public : l'opération « Gare au soleil ! »

En lancement de cette nouvelle campagne, l'Institut National du Cancer innove en reprenant les techniques du théâtre de rue pour être en contact direct avec les enfants lors d'un événement baptisé « Gare au soleil ! ». Le mercredi 18 juin sur le parvis de la gare Montparnasse à Paris, la compagnie de comédiens de rue ACIDU met en scène les gestes de la protection solaire dans des saynètes ludiques et pédagogiques en interaction avec les enfants et leurs parents. Objectif : permettre aux enfants d'apprendre tout en s'amusant et promouvoir le « mode d'emploi du soleil » dans un lieu fréquenté et symbolique des départs en vacances.

▪ Des actions de proximité tout au long de l'été

Dans la continuité de l'opération « Gare au soleil ! », des actions de proximité sont prévues tout au long de l'été :

- ***sur une centaine de plages du littoral*** avec un important dispositif d'animations et de diffusion d'outils de communication (cartes postales, jeux de cartes des 7 familles, tee-shirts) pour toucher les vacanciers en juillet et août ;
- ***sur les autoroutes*** avec la distribution de 300 000 jeux de cartes des 7 familles sur plusieurs péages d'autoroutes afin de sensibiliser les enfants sur le chemin des vacances (week-ends du 10 au 13/07 et du 31/07 au 03/08) ;
- ***dans de nombreuses villes*** avec des actions en direction des enfants dans les centres aérés, les équipements municipaux de plein air et lors des opérations « ville plage ».







▪ Des médias ciblés pour diffuser le message dans des contextes adaptés

- ***des bannières sur une sélection de sites Internet*** en affinité avec la thématique : voyages-sncf.com, meteo.fr, magicmaman.com et momes.net ;
- ***les « météos des plages »*** de TF1, France 2 et France 3 qui relayeront tout l'été les conseils de protection avec les pictogrammes du « soleil : mode d'emploi ».

- **Le Cercle des partenaires pour la prévention solaire : une mobilisation durable et encore renforcée**

Parce que son action ne peut suffire à elle seule pour toucher le plus grand nombre, l'Institut National du Cancer s'appuie depuis 2006 sur un réseau de partenaires issus de secteurs très divers (professionnels de santé, collectivités locales, médias, cosmétiques, textile, tourisme, sports et loisirs de plein air, transports…) mais ayant en commun une proximité, directe ou indirecte, avec les contextes d'exposition solaire.

Outre la pérennisation des partenariats déjà engagés, le Cercle des partenaires pour la prévention solaire s'est encore élargi cette année. Il mobilise à ce jour **26 organismes et entreprises** qui véhiculent, chacun à leur façon, le « mode d'emploi du soleil » auprès de leurs publics.

Le Cespharm (Ordre des pharmaciens), le Syndicat national des dermato-vénéréologues (SNDV), la Ligue nationale contre le cancer, le Réseau français des Villes Santé de l'OMS, la Mairie de Paris, Météo France, l'association Sécurité solaire, la Fédération française de voile, le Secours Populaire, la Société Nationale des Sauveteurs en mer (SNSM), Avène, Garnier Ambre solaire, Kaloo solaires, La Roche-Posay, ROC, Vichy, Club Med, Petit Bateau, Tribord, L'Eté Française des Jeux, France 2, France 3, TF1, Okapi, Play Bac, voyages-sncf.com.

- **La diffusion large de supports informatifs et pédagogiques**

Tout au long de l'été, la campagne sera accompagnée de nombreux supports informatifs et pédagogiques : site internet dédié avec deux tests interactifs (« Testez votre risque au soleil » et « Quiz Toast attitude »), dépliant d'information, affichettes, cartes postales, jeux de cartes des 7 familles…

Le mélanome : un cancer dont la fréquence a triplé en 25 ans

Les mélanomes sont les cancers de la peau les plus graves. Leur fréquence a triplé en 25 ans, en raison de l'évolution des habitudes d'exposition au soleil. Les données épidémiologiques publiées en février par l'Institut de Veille Sanitaire confirment que **la vigilance à l'égard du mélanome doit être maintenue, même si on observe ces cinq dernières années un ralentissement dans la progression de l'incidence et de la mortalité**. En 2005, on comptait 7401 nouveaux cas de mélanome et 1440 décès imputables à ce cancer. Les mesures de prévention restent donc indispensables pour enrayer l'augmentation constatée ces dernières décennies.

Pour plus d'informations : www.e-cancer.fr/soleilmodedemploi



Contacts presse :

Vanessa Ralli – Institut National du Cancer - Tel. : 01 41 10 14 44
Email : vralli@institutcancer.fr

Roxane Philippe – TBWA\Corporate - Tel. : 01 49 09 27 17 / 06 70 80 54 05
Email : roxane.philippe@tbwa-corporate.com